

## 1. 調査概要

### (1) 調査の目的

1990年代以降、企業活動のグローバル化やイノベーションの進展などによって事業所の統廃合が進み、また社宅等の閉鎖・売却によって既成市街地内に大規模な空閑地が発生し、まちづくりに大きな影響を及ぼすようになってきている。

本市においても、内陸部の準工業地域や工業地域を中心として、工場跡地にマンションや商業施設などが立地するなど土地利用の転換が進む一方、景気の回復により企業の設備投資も近年活発化しつつあり、新規事業所の立地も進みつつある。また、社宅の跡地が大規模なマンションに変わり、新たな住民の受け皿にもなっている。

このようなことから、開発届出等による情報を元に、市内の大規模工場や社宅等の転換後の土地利用実態を把握するとともに、転出・転入事業者のアンケート調査を行うことにより、今後の土地利用計画や誘導策を検討するための基礎資料とすることを目的として本調査を実施した。

### (2) 調査対象及び調査方法

#### [土地利用実態調査]

##### - 調査対象 -

平成7年度～16年度に尼崎市への開発届出等を行った2,000㎡以上の大規模敷地について整理を行い、従前・従後の土地利用状況について最新及び過去の住宅地図等で確認作業を行った。なお、敷地内の増改築や名義変更等に係る物件については対象外とした。

#### [アンケート調査]

##### - 調査対象 -

土地利用実態調査で判明した物件の中から、下記のいずれかに該当する従前または従後の企業を抽出し、アンケート調査を実施した。

事業所を閉鎖・縮小・移転した企業

社宅・寮を閉鎖した企業

事業所を新規立地した企業

商業施設等を新規立地した企業

戸建住宅地・マンション等を開発した企業

##### - 調査方法 -

郵送配布・郵送回収（対象企業に対する電話依頼）

##### - 調査時期 -

平成17年10月～11月

### (3) アンケート調査項目

アンケート調査については、対象企業の概要をたずねる調査票と、物件の種類によって5つの調査票を用意し、概ね次のような設問項目とした。

#### 事業所の閉鎖・縮小・移転に関する調査

閉鎖・縮小事業所の概要、閉鎖・縮小理由、転出先など

#### 社宅・寮の閉鎖に関する調査

閉鎖社宅・寮の概要、閉鎖理由、新設先など

#### 事業所の新規立地に関する調査

新規立地事業所の概要、立地理由、比較地域など

#### 商業施設等の新規立地に関する調査

新規立地店舗の概要、立地理由、立地戦略など

#### 戸建住宅・マンション等の新規開発に関する調査

新規戸建・マンションの概要、建設地選択理由、購入者からの評価・属性、販売戦略など

### (4) アンケートの配布・回収状況

配布・回収の状況は下記のとおりである。

表 4-1 配布・回収状況

	配布数	有効配布数	有効回収数	回収率
対象企業 ~	118	113	48	42.5%
閉鎖事業所	28	25	13	52.0%
閉鎖社宅	22	21	7	33.3%
立地事業所	26	24	7	29.2%
立地商業施設	22	22	7	31.8%
住宅開発	54	53	28	52.8%

注：対象企業には複数の物件を含んでいる企業があり、~の合計は対象企業数に合わない。

## 2. 平成7～16年度の大規模事業所等跡地利用変遷状況

### (1) 大規模事業所等跡地利用件数の推移

大規模事業所等跡地(2,000㎡以上)について、平成7年度～16年度に開発届出等のあった件数(増改築等は除く)は下図のとおりである。毎年15件前後で推移しており、この10年間では市内で計148件にのぼる。

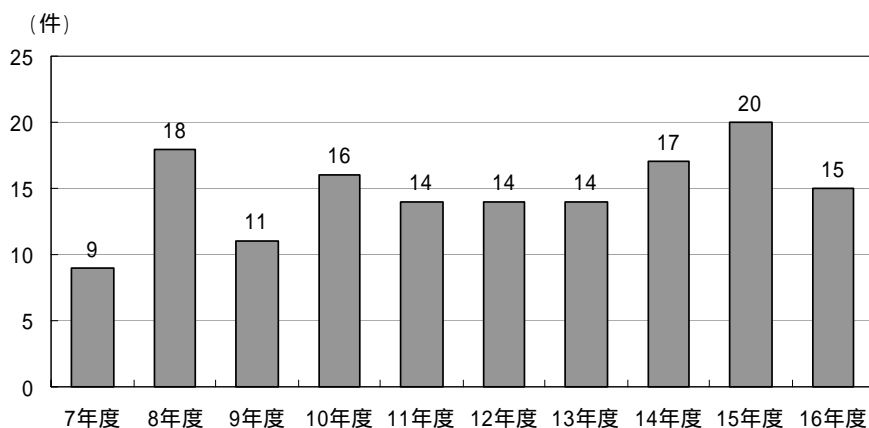


図4-1 大規模事業所等跡地(2,000㎡以上)利用件数の推移

### (2) 土地利用変遷の類型化

平成7年度～16年度における大規模事業所等の従前・従後の土地利用変遷を類型化すると、「事業所(工場・倉庫等)」から「住宅(マンション・戸建)」や「商業・娯楽施設」など事業所以外への土地利用転換が約6割あり、用途の転換割合が高い。また、従前で判明している土地利用の中では事業所に次いで「社宅・寮・研修施設」が多く29件あり、そのほとんどが新たな住宅用地として大規模なマンション・戸建住宅に建て替わっている。

表4-2 土地利用変遷の類型化(件数)

	従前計	従後用途					
		事業所(工場・倉庫)	商業・娯楽施設	住宅(マンション・戸建)	福祉施設	その他(更地、駐車場等)	
従後計	148	31	28	77	4	8	
	100.0%	20.9%	18.9%	52.0%	2.7%	5.4%	
従前用途	事業所(工場・倉庫)	60	25	7	22	2	4
		(40.5%) 100.0%	41.7%	11.7%	36.7%	3.3%	6.7%
	社宅・寮・研修施設	29	1	3	22	2	1
		(19.6%) 100.0%	3.4%	10.3%	75.9%	6.9%	3.4%
	更地	18	1	5	11	0	1
		(12.2%) 100.0%	5.6%	27.8%	61.1%	0.0%	5.6%
	商業・娯楽施設	8	1	3	4	0	0
		(5.4%) 100.0%	12.5%	37.5%	50.0%	0.0%	0.0%
	駐車場	7	0	2	5	0	0
		(4.7%) 100.0%	0.0%	28.6%	71.4%	0.0%	0.0%
住宅(個人、長屋等)	6	1	0	4	0	1	
	(4.1%) 100.0%	16.7%	0.0%	66.7%	0.0%	16.7%	
農地	4	0	2	2	0	0	
	(2.7%) 100.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	
その他・不明	16	2	6	7	0	1	
	(10.8%) 100.0%	12.5%	37.5%	43.8%	0.0%	6.3%	

土地利用変遷の類型化を面積比で見ると、従前の事業所用地は件数比より割合が高まり、全体の半数以上を占める（件数比 41%）。従後の事業所面積の割合も、面積比では件数比より増えている（面積比 28%、件数比 21%）。

従前・従後の用途別面積を比較すると、事業所用地は 55ha から 29ha になっており、件数と同じくおよそ半分の面積に減少している。事業所用地に変わって、住宅用地が増え、従後の住宅用途は 41ha と最も多い。

表 4-3 土地利用変遷の類型化（面積）

		従前計	従後用途				(㎡)
			事業所(工場・倉庫)	商業・娯楽施設	住宅(マンション・戸建)	福祉施設	
従後計		1,023,884	285,259	226,517	409,646	15,997	86,465
		100.0%	27.9%	22.1%	40.0%	1.6%	8.4%
従前用途	事業所(工場・倉庫)	554,164	256,720	65,204	171,501	8,617	52,122
		(54.1%) 100.0%	46.3%	11.8%	30.9%	1.6%	9.4%
	社宅・寮・研修施設	163,555	4,367	19,258	105,520	7,380	27,030
		(16.0%) 100.0%	2.7%	11.8%	64.5%	4.5%	16.5%
	更地	71,140	3,304	30,868	34,680	0	2,288
		(6.9%) 100.0%	4.6%	43.4%	48.7%	0.0%	3.2%
	商業・娯楽施設	93,310	14,263	59,404	19,643	0	0
		(9.1%) 100.0%	15.3%	63.7%	21.1%	0.0%	0.0%
	駐車場	25,361	0	4,819	20,542	0	0
		(2.5%) 100.0%	0.0%	19.0%	81.0%	0.0%	0.0%
住宅(個人、長屋等)	13,622	2,000	0	9,253	0	2,369	
	(1.3%) 100.0%	14.7%	0.0%	67.9%	0.0%	17.4%	
農地	15,551	0	6,954	8,597	0	0	
	(1.5%) 100.0%	0.0%	44.7%	55.3%	0.0%	0.0%	
その他・不明	87,181	4,605	40,010	39,910	0	2,656	
	(8.5%) 100.0%	5.3%	45.9%	45.8%	0.0%	3.0%	

従後の土地利用を地図で表したのが次頁の図である。この図から、次のようないくつかの特徴が見られる。

#### J R 塚口駅周辺の住宅開発の集中

従来、工場等の事業所用地が占めていたこのエリアではマンションを中心とした住宅への土地利用転換が進んでいる。

#### 幹線道路（山手幹線、国道 2 号等）沿道への商業立地

幹線道路沿道に商業施設の立地が目立っており、特に山手幹線と尼崎豊中線の交差する地点では、カルフルやコストコ等の大規模商業施設が集積している。

#### J R 尼崎駅周辺の事業所立地と住宅開発の活発化

J R 尼崎駅南側は、大規模な敷地を有していた大日本インキ尼崎工場の移転後、新設の事業所が増えている。また、駅北側の再開発事業の進展や東西線開通によって J R 尼崎駅の拠点性が増大し、マンション開発も活発になっている。

#### 国道 2 号以南及び元浜緑地周辺における住宅開発の活発化

阪神尼崎駅周辺をはじめとして、国道 2 号以南のエリアにおいてもマンション開発が活発化してきている。また、従来はあまりなかった国道 43 号以南のエリアにおいても、元浜緑地の整備によりその周辺にはマンションが建設されてきている。



### 3 . 企業アンケート調査結果

企業アンケート調査では、各調査の回収数が少ないため、それぞれの結果の概要について簡単に紹介する。なお、「戸建住宅・マンション等の新規開発に関する調査」については集計結果についても紹介する。

#### 事業所の閉鎖・縮小・移転に関する調査

- ・ 企業及び事業所の統廃合に伴い、特に「生産機能の集約強化のため」市内の事業所を閉鎖・縮小・移転したケースが多い。

#### 社宅・寮の閉鎖に関する調査

- ・ 老朽化した社宅や寮も多く、社員のニーズも変化しているため、「経営スリム化の一環」や「賃借物件への変更」により、市内の社宅や寮を閉鎖したケースが多い。

#### 事業所の新規立地に関する調査

- ・ 「市場への近接性」や「高速道路・幹線道路の利便性」、「土地・建物面積の確保がしやすい」などの点で市内に事業所を移転したケースが多い。

#### 商業施設等の新規立地に関する調査

- ・ 商業施設や娯楽施設については、「商圏人口の大きさ」を最も重視しているケースが多い。
- ・ そのほか「自社の他店舗との配置関係」や「土地・建物面積の確保のしやすさ」及び「コスト」の点が重視され、新規立地につながっている。

#### 戸建住宅・マンション等の新規開発に関する調査

(回答物件の物件像)

- ・ 回答のあった 28 の物件について、その内訳はマンション 24 物件、戸建住宅 4 物件となっている。
- ・ 平均供給戸数は、マンションが 163 戸、戸建住宅が 45 戸である。
- ・ 平均価格帯は「2,500 万円から 3,500 万円未満」が最も多く、1 戸あたり平均住戸専有面積は「70 m<sup>2</sup>台」が半数強を占めている。

(開発事業者が対象地を選んだ理由)

「公共交通の利便性」「土地の広さ・形状・コスト」「購入人口の大きさ」が大きな理由。  
 「買い物施設」や「教育施設」の近接性、「公園・緑地の多さ・近接性」も“売り”に。  
 物件によっては、「地域ブランドイメージ(塚口町など)」も最重要項目。

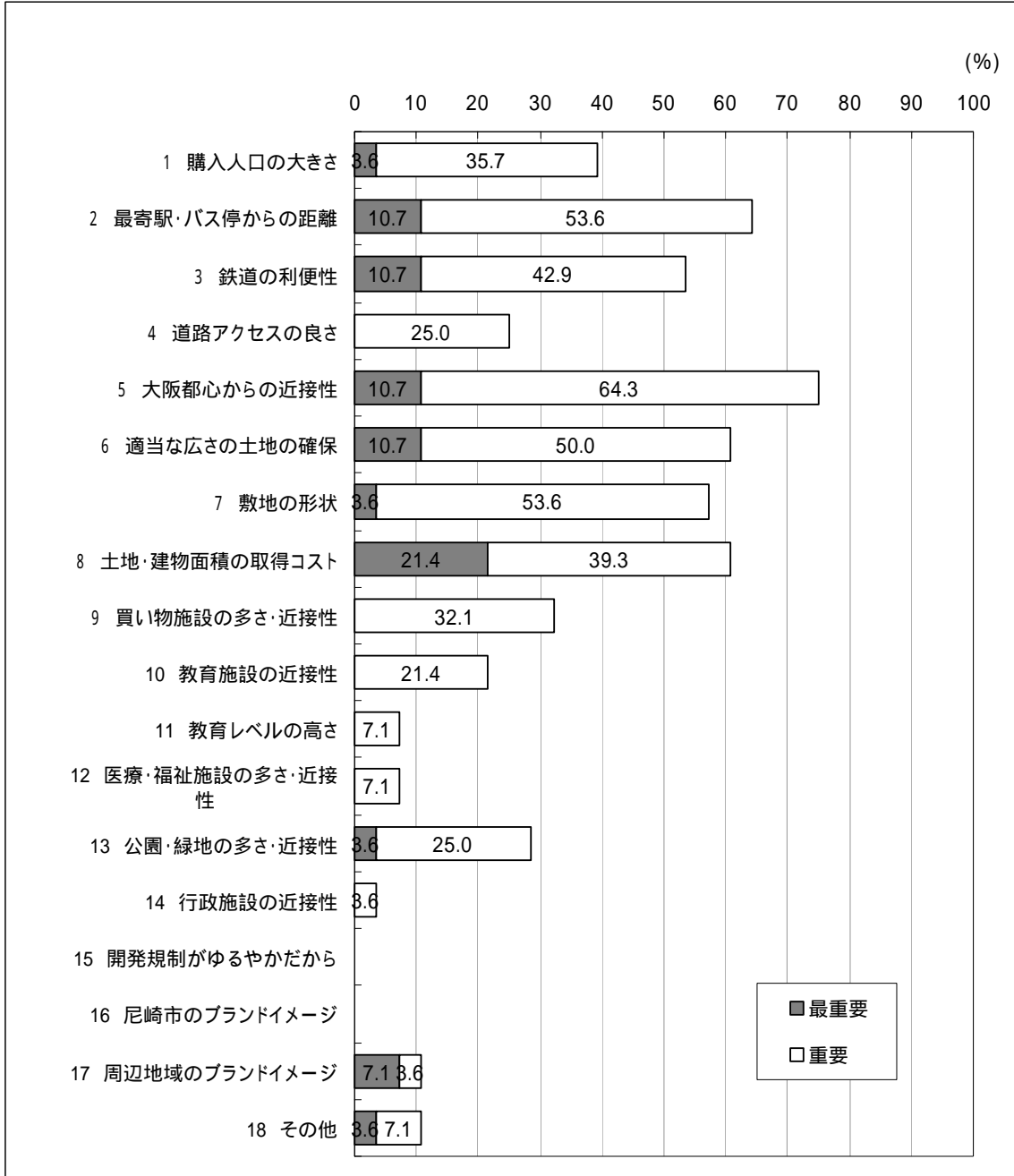


図 4-3 開発事業者が対象地を選んだ理由 (複数回答)

自由記入

17 周辺地域のブランドイメージ

閑静な住宅街  
 塚口町  
 再開発エリア

(住宅購入者から評価の高かった項目： 事業者からの回答による)

物件自体の評価が高い。特に「価格」が大きな評価項目。  
 立地条件では、「公共交通」や「買い物の利便性」に評価が高い。  
 「静かな居住環境」や「公園」の要素も、他の項目に比べて評価されている。

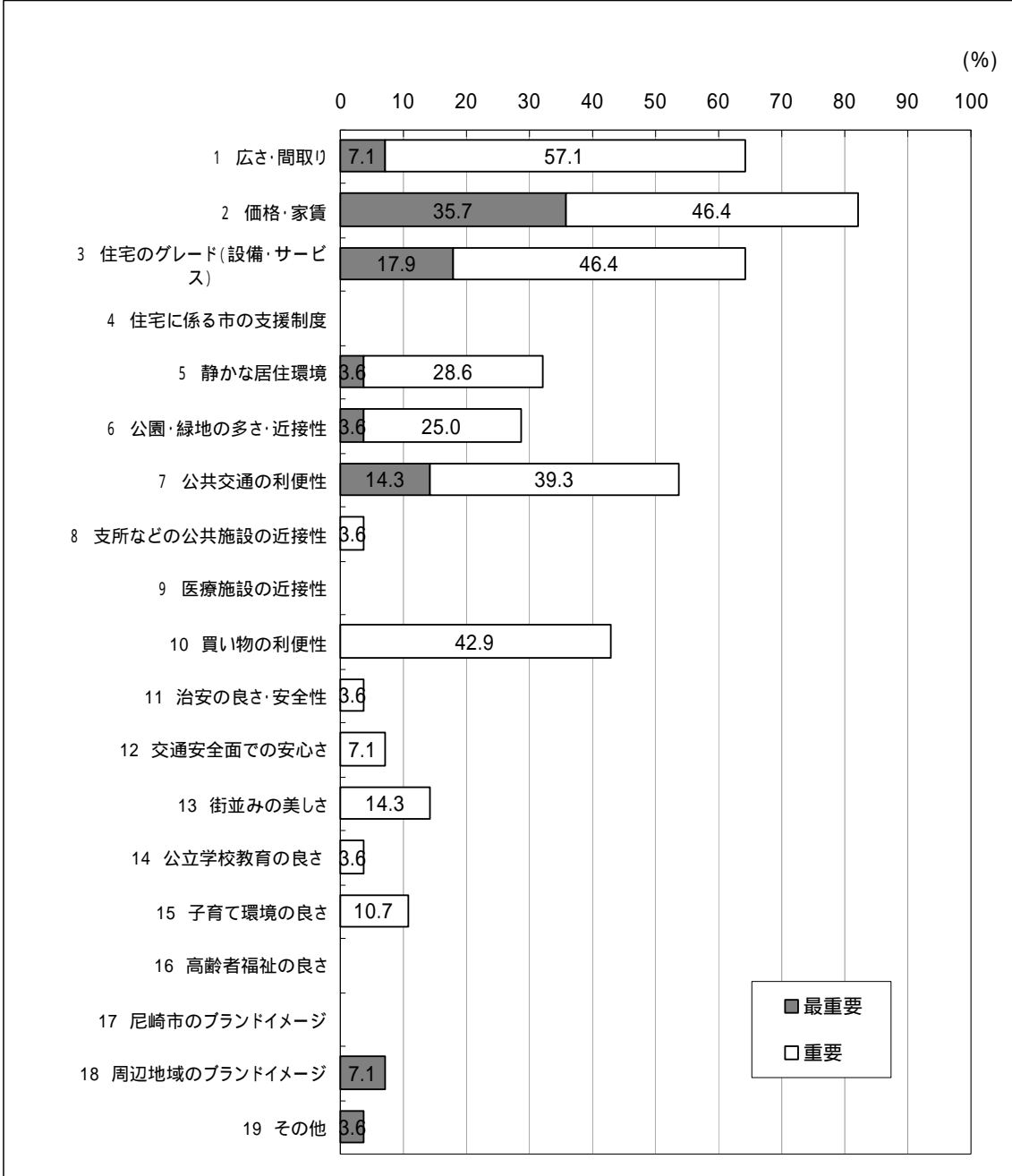


図 4-4 住宅購入者から評価の高かった項目 (複数回答)

自由記入

18 周辺地域のブランドイメージ

歴史ある閑静な住宅街



(住宅開発の立地戦略)

- ・ コンセプトとして多くの物件で挙げられているキーワードは、「駅近」、「利便性」、「住宅の価格・仕様」などである。
- ・ 顧客のターゲットとしては、「一次取得者」、「30代」、「ファミリー層」などが多いが、物件によっては、「幅広い年齢層」、「高所得者層」などをターゲットにしているものもある。
- ・ 誘致圏では、「市内」を中心に「阪神間」の近隣市が多い。

(尼崎市の住宅開発地としての評価)

魅力がある点

- ・ 「大阪市へのアクセス性の良さ」や「交通利便性」を評価する意見が最も多い。
- ・ そのほか「借家率の高さ」や「再開発によるイメージの向上」、「居住エリアとしても環境が良いこと」などが挙げられている。

魅力不足の点

- ・ 「他市からの転入があまり期待できない」、「工業都市のイメージが強い」、「教育水準に対する好イメージが少ない」ことなどが挙げられている。

大手マンション販売会社ヒアリング調査結果から

アンケート調査で回答のあった大手マンション販売会社のうち3社にヒアリング調査を実施したところ、次のような共通の意見を得た。

(主な共通意見)

- ・ 尼崎市内のマンション用地としての評価は高まっている。特にJR尼崎駅周辺は再開発が進み、住環境のイメージが向上している。
- ・ 阪神沿線も以前よりイメージが良くなっている。
- ・ 尼崎市に限らず阪神間のJR沿線は、交通利便性が高く割安感があるため人気が高まっている。
- ・ 尼崎市の物件を販売する場合、大阪市内に近いという点が大きなセールスポイントになる。
- ・ 想定される購入価格から広さを設定するので尼崎市内の物件は狭くなってしまう面がある。
- ・ 適当な土地があれば、今後も積極的に販売していきたい。 など